

PERSEPSI MAHASISWA DI SURABAYA TERHADAP GERAKAN #2019GANTIPRESIDEN

Sesila Sakti Handayani

15040254072 (PPKn, FISH, UNESA) sesilahandayani@mhs.unesa.ac.id

Maya Mustika Kartika Sari

0014057403 (PPKn, FISH, UNESA) mayamustika@unesa.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan persepsi mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yaitu survey berbasis online. Responden berjumlah 347 yang populasinya yaitu seluruh mahasiswa di Surabaya yang aktif menggunakan media sosial. Berdasarkan aspek persepsi, penelitian ini memfokuskan penelitian pada empat aspek persepsi yaitu aspek kognitif, afeksi, interpretasi, serta evaluasi. Hasil penelitian ini yaitu 62,25% responden memiliki persepsi negatif terhadap gerakan #2019gantipresiden hal ini menunjukkan bahwa gerakan #2019gantipresiden dikarenakan memuat isi yang menyalahi UU no. 7 tahun 2017 pasal 280 tentang larangan dalam berkampanye. Lebih dari itu gerakan #2019gantipresiden memuat konten kampanye hitam. Sedangkan 2,3% memiliki persepsi positif terhadap gerakan #2019gantipresiden yang menunjukkan bahwa mahasiswa di Surabaya memandang gerakan #2019gantipresiden adalah bentuk kampanye yang positif dan kreatif dengan memanfaatkan media sosial dan sisanya 35,45% responden masuk dalam kategori 'netral.' Meskipun cenderung negatif, namun pada aspek pengetahuan responden cukup mengetahui terhadap gerakan ini dengan data sebesar 61,96% responden masuk dalam kategori 'cukup mengetahui' terhadap gerakan #2019gantipresiden.

KataKunci: Persepsi, Mahasiswa, Gerakan #2019gantipresiden.

Abstract

The purpose of this study was to describe the perceptions of students in Surabaya regarding the #2019gantipresiden's movement. This study uses descriptive quantitative methods with data collection techniques, online based surveys. Respondents numbered 347 whose population was all students in Surabaya who were actively using social media. Based on perceptual aspects, this study focuses on four aspects of perception, there are cognitive, affective, interpretive, and evaluation aspects. The results of this study are 62.25% of respondents have a negative perception of #2019gantipresiden's movement, this indicates that # 2019gantipresiden's movement because it contains content that violates UU No. 7 in 2017 concerning the prohibition in campaigning. More than that movement # 2019gantipresiden's movement to contain black campaign content. While 2.3% had a positive perception of the # 2019gantipresiden's movement, which showed that students in Surabaya viewed the # 2019gantipresiden's movement and were positive and creative campaigns using social media and the remaining 35.45% of the respondents were in the 'neutral' category. Although it tends to be negative, the knowledge aspect of the respondents is quite aware of this movement with data of 61.96% of respondents included in the category of 'knowing enough' about the # 2019gantipresiden's movement.

Keywords: Perception, Student, #2019gantipresiden's movement.

Universitas Negeri Surabaya

PENDAHULUAN

Sistem politik di Indonesia setelah orde baru menganut sistem demokrasi, memberikan ruang warga negara untuk berkumpul dan mengeluarkan pendapat. Hak warga negara untuk hidup berdemokrasi tertera pada pasal 28 UUD NRI 1945 yaitu berisi tentang kemerdekaan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan tulisan dan sebagainya. Hidup berdemokrasi pasca orde baru dijamin melalui adanya payung hukum yang memadai. Demokrasi adalah kebebasan warga negara

untuk berkumpul, berpendapat, dan terlibat dalam proses pemerintahan.

Demokrasi memberikan kebebasan orang-orang berkumpul dan menyuarakan pendapat. Lahirnya kelompok-kelompok sosial saat ini diyakini sebagai indikasi positif pertumbuhan dan pembangunan demokrasi di suatu negara, termasuk Indonesia. Kehadiran kelompok-kelompok sosial bertujuan untuk terwujudnya perubahan sosial yang lebih baik dan memenuhi kepentingan rakyat. Salah satunya adalah

gerakan sosial yang di banyak peristiwa menjadi pionir bagi perubahan sosial (Akbar, 2016:107).

Kebebasan warga negara untuk berkumpul dan berpendapat menjadikan banyaknya kelompok serta organisasi lahir yang secara khusus memiliki tujuan untuk andil dalam proses pemerintahan. Kelompok serta organisasi menghendaki adanya perubahan sosial atas ketidaksesuaian pengambilan keputusan oleh pemerintah dengan yang dialami rakyat. Tidak jarang terdapat aksi unik yang dilakukan masyarakat untuk mendapat perhatian pemerintah serta media agar apa yang disuarakan terdengar di pemerintahan untuk ditindaklanjuti.

Mengutip pendapat Tarrow (Sukmana, 2016:4), menyatakan bahwa gerakan sosial adalah upaya pencapaian tujuan tertentu melalui tindakan yang menentang *status quo*, wewenang dan budaya yang sudah mapan. Orang-orang yang melakukan suatu gerakan membangun perasaan identitas kolektif, yakni membagi perasaan bersama tentang penyebab dan membantu usaha-usaha mereka mempertahankan suatu gerakan. Gerakan sosial dapat dilakukan oleh semua kalangan baik itu mahasiswa, buruh, petani dan lain-lain. Gerakan sosial pernah terjadi di Indonesia, salah satunya adalah gerakan kudeta yang dilakukan oleh aktivis sosial mahasiswa pada tahun 1998.

Gerakan politik merujuk pada gerakan seorang pemimpin berlangsung dalam suprastruktur politik (lembaga-lembaga pemerintahan). Oleh karena itu, pemimpin politik berbeda dengan kepala suatu instansi pemerintahan karena yang terakhir ini lebih menggunakan kewenangan dalam mempengaruhi bawahannya. Tidak seperti kepala suatu instansi yang cenderung menggunakan hubungan – hubungan informal dan personal dalam menggerakkan pengikutnya untuk mencapai tujuan tertentu (Surbakti, 2010:7).

Perkembangan gerakan sosial tetap berlanjut hingga saat ini. Aksi-aksi yang dilakukan oleh para aktivis dilantangkan untuk membela rakyat. Terlepas dari afiliasi kelompok politik atau organisasi yang berdiri sendiri, tidak sedikit dari kelompok-kelompok yang melakukan kritik dan demonstrasi. Tidak hanya masalah kebijakan dan keputusan yang dikeluarkan oleh pemerintahan akan tetapi para aktivis sosial sebagai kontrol sosial memantau masalah pembangunan ekonomi, pendidikan, hukum, hingga politik yang terjadi di dalam negara.

Ruang virtual lahir dan hadir menjadi semacam ruang sosial. Menurut Henri Lefebvre (Santoso, 2014:2), ruang sosial merupakan produk sosial yang diproduksi secara sosial oleh pengguna ruang tersebut. Ruang sosial dalam bentuk virtual ini pada muaranya memisahkan dan membedakan antara dua tipikal masyarakat yaitu masyarakat massa (*mass society*) dan masyarakat

jaringan (*network society*). Dalam beraktivitas di media sosial, individu saling berinteraksi satu sama lain membahas berkenaan praktik pemerintahan secara demokratis.

Demokrasi di era digitalisasi membawa konsep baru yaitu demokrasi elektronik. Landasan ideal yang dibangun di atas pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi itu segaris dengan prinsip-prinsip demokrasi, yakni meningkatkan transparansi, akuntabilitas, partisipasi, kesetaraan hak dan kewajiban warga negara (terutama hak atas informasi). Diharapkan juga kehadiran teknologi informasi dan komunikasi yang sudah serba terkoneksi internet saat ini mampu memotong proses birokrasi yang rumit sehingga negara semakin mampu terakses publik (*enabler*). Maka, demokrasi elektronik bisa dipahami sebagai inovasi dalam sebuah sistem politik yang berperan sebatas sarana demokrasi (Alwajih, 2014).

Berkaitan dengan demokrasi dan digitalisasi di Indonesia menjadikan warga dengan mudah untuk saling bertukar pikiran yang berkaitan dengan informasi sosial dan informasi politik. Warga mampu memperjuangkan kepentingannya dengan bebas tanpa tekanan dari pihak mana pun termasuk pemerintah. Informasi ini juga mendorong warga untuk bersikap kritis terhadap realitas hidup sehari-hari, khususnya yang tidak adil dan bersifat merugikan kepentingan umum. Warga yang tersadarkan akhirnya bisa menuntut hak-haknya dengan maksimal. Bahkan bisa mengorganisir diri ketika situasi dan kondisi yang dihadapi rumit. Pada konteks inilah gerakan sosial berbasis internet lahir di masyarakat. Gerakan sosial yang memperjuangkan hak dan kepentingan warga di berbagai bidang (Nuswantoro, 2015:62).

Gerakan sosial berbasis internet memudahkan warga untuk memperjuangkan kepentingan tanpa perlu mengeluarkan tenaga. Dasar dari gerakan sosial berbasis internet adalah pemikiran kolektif, bukan dalam bentuk perilaku kolektif. Gerakan sosial berbasis internet membentuk kelompok virtual. Di Indonesia, banyak gerakan disuarakan melalui media sosial (selanjutnya disebut sebagai aktivitas media sosial), seperti “Koin Prita”, “Dukungan Bibit-Chandra”, dan “Save Satinah.” Aktivitas ini tidak hanya berlangsung di dunia maya, tetapi muncul pula ke permukaan sebagai aksi dalam wujud demonstrasi dan pengumpulan uang, baik untuk Prita maupun Satinah.

Gerakan #2019GantiPresiden berawal dari media sosial *twitter* ini merambah pada dunia nyata. Terdapat tiga bentuk gerakan yang dilakukan gerakan #2019GantiPresiden. Yang pertama yaitu memobilisasi masyarakat, hal ini dilakukan oleh elit politik yang mencuitkan tulisannya di *twitter* untuk menggiring opini rakyat. Bentuk gerakan kedua yaitu kampanye di *Car*

Free Day, ini dilakukan oleh tokoh publik seperti ustadz dan musisi untuk mengundang banyak simpatisan. Dan yang ketiga adalah simbol dan atribut, yaitu kaos, topi, jaket, mug, pin, dll. Digunakan saat CFD berlangsung, simbol dan atribut juga dijual bebas di *onlineshop*.

Gerakan #2019GantiPresiden kerap kali menjadi *trending topic* di *twitter*. Seringnya menjadi *trending topic* di *twitter* menjadikan #2019GantiPresiden banyak dikenal oleh masyarakat sehingga merambah di dunia nyata. Gerakan ganti presiden dideklarasikan di berbagai daerah yang dilakukan oleh tokoh publik dan elit politik untuk mencari simpatisan. Berbagai berbagai upaya yang dilakukan oleh para inisiator untuk mendeklarasikan serta mengkampanyekan gerakan ini. Tidak hanya warga sipil, berbagai pidak yang dapat memberikan kontribusi digandeng.

Mengutip harian merdeka.com pada 4 Januari 2019 menyatakan bahwa #2019GantiPresiden mempunyai jumlah terbanyak dengan 1.189.714 *twit*. Kemudian di posisi kedua #2019PrabowoSandi dengan 458.306 *twit*. Posisi ketiga #Jokowilagi dengan 370.409 *twit*. Posisi keempat #2019TetapJokowi dengan 345.849 *twit*. Lalu posisi #Prabowosandi dengan 258.695 *twit*. Selain itu juga terdapat data yang menunjukkan diantara keempat paslon nama Top *Twitter* Mention terbanyak yaitu Jokowi dengan dengan raihan 3.423.668 *twit* atau sekitar 51 persen dari jumlah semua mention capres-cawapres sedangkan Prabowo memperoleh jumlah *twit* sebesar 2.331.885 *twit* atau 34 persen. Ini menunjukkan bahwa meskipun Jokowi ramai diperbincangkan namun yang kerap kali menjadi *Trending Topic* yaitu tagar 2019 ganti presiden. (<https://www.merdeka.com/teknologi/jokowi-nomor-satu-di-twitter-namun-hashtag-2019gantipresiden-mendominasi.html> diakses online pada 8 Januari 2019 pukul 22:48 WIB)

Sumber yang sama yakni merdeka.com pada 24 Mei 2018 bahwa hasil survei dari Roda Tiga Konsultan (RTK) menunjukkan masyarakat yang setuju dan tidak dengan isu gerakan 2019 Ganti Presiden memiliki jumlah seimbang. Sebanyak 38,3 persen menyatakan setuju terhadap gerakan tersebut. Sementara yang tidak setuju sebesar 36,8 persen. 25 persen masih menyatakan tidak tahu atau tidak jawab. Ini menunjukkan bahwa gerakan #2019GantiPresiden mendapat tanggapan berbagai respon dari masyarakat.

Meledaknya tagar 2019 Ganti Presiden melahirkan tagar-tagar serupa yang isinya juga berbau politik, seperti #SibukKerja sebagai pembalasan atas #2019GantiPresiden yang muncul karena dinilai kelompok #2019GantiPresiden hanya bisa mengkritik tanpa aksi nyata. Kemudian tagar #PrabowoSandi yang selalu muncul bersama #2019GantiPresiden dan disusul #Jokowi2Periode.

Sherly (2018:301) gerakan #2019GantiPresiden sebenarnya sah-sah saja dilakukan, sebab ini merupakan kebebasan dari tiap orang untuk berpendapat akan tetapi jika gerakan #2019GantiPresiden dapat menjadi suatu bagian dari *black campaign* jika dalam perkembangannya tagar ini memerlukan isu yang melanggar Pasal 280 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, dan menjelekkan atau menyerang salah satu kandidat calon presiden secara langsung dan jika mengarah ke pembunuhan karakter dan cenderung fitnah serta kebohongan dan tuduhan tanpa bukti.

Penelusuran Alenia.id pada bulan Maret tercatat mencapai 9.837 akun yang mensosialisasikan tagar tersebut. Jumlahnya terus meningkat pada April (per 17 April), yakni 63.817 akun. Isi dari *tweet* pada tagar 2019 Ganti Presiden bukan hanya kritikan terhadap kinerja pemerintahan Jokowi. Tetapi nama Prabowo Subianto kerap kali muncul pada *uitan* di tagar 2019 Ganti Presiden. Dengan jumlah *tweet* yang melonjak, pendukung Prabowo Subianto dan pencetus gerakan #2019GantiPresiden menganggap bahwa ini gerakan yang lahir dari keresahan bukan permainan elit politik.

Penggunaan #2019GantiPresiden di media sosial *twitter* kerap kali bersamaan dengan #Prabowo-Sandi sehingga mengindikasikan bahwa gerakan #2019GantiPresiden merupakan strategi kampanye tim Prabowo-Sandi. Konten yang dimuat pada gerakan #2019GantiPresiden tentang lemahnya pemerintahan Jokowi sehingga dirasa perlu adanya pergantian presiden. Kritik tidak hanya pada pemerintahan Jokowi tetapi merembet pada serangan pribadi sehingga mengindikasikan gerakan #2019GantiPresiden sebagai *black campaign*.

Mahasiswa adalah *agent of changes*, dalam setiap gerakan yang ada di Indonesia kebanyakan dipelopori oleh mahasiswa. Tidak bisa dipungkiri mahasiswa adalah elemen pembaharu yang membawa perubahan pada sebuah bangsa. Perjuangan mahasiswa biasanya mengusung kata “idealisme” sebagai poros perjuangannya. Mahasiswa tidak mampu menjadi agen perubahan dengan hanya berbekal idealisme dan semangat semata-mata tanpa kesadaran serta usaha-usaha untuk menguasai keilmuan yang dapat direalisasikan dalam kehidupan bermasyarakat.

Gerakan yang pernah terjadi di Indonesia tak luput dari peran mahasiswa. Gerakan mahasiswa 1998 menghasilkan sistem demokrasi yang mengedepankan hak rakyat, tuntutan gerakan mahasiswa pada tahun 1998 yakni penurunan presiden Soeharto karena hampir 31 tahun terhitung pada 12 maret 1967 hingga tahun 1998, presiden Soeharto dinilai menginginkan kekuasaan mutlak. Terlebih presiden diberikan kewenangan untuk mengambil langkah-langkah khusus dalam keadaan kritis

menjadikan salah satu faktor kelanggengan kekuasaan Soeharto. Permasalahan di kala itu sangat kompleks sehingga mahasiswa harus turun ke jalan.

Gerakan mahasiswa adalah bagian dari gerakan sosial yang dilakukan untuk membuat suatu perubahan dalam tatanan masyarakat, di samping gerakan yang dilakukan oleh beberapa kelompok seperti petani, buruh, pecinta alam, dan lain sebagainya. Gerakan mahasiswa juga merupakan bentuk dari perwujudan demokrasi yang dilakukan oleh kaum berpendidikan atau lebih dikenal dengan kaum intelektual yang memiliki rutinitas sebagai pencari kebenaran dalam dunia kampus dan juga sudah mengalami pasang surut. Maka dari itu mahasiswa tidak dapat untuk tidak peduli terhadap gerakan #2019GantiPresiden yang tengah berlangsung di masyarakat.

Di era digitalisasi mahasiswa tidak dapat dipisahkan dengan peran internet. Segala bentuk aktivitas berkenaan perkuliahan membutuhkan peran internet, mulai dari data diri mahasiswa, perancangan mata kuliah per semester, pengumuman nilai hingga perkuliahan virtual. Data dari robit.id hasil survei 2016 penetrasi pengguna internet di Indonesia berdasarkan pekerjaan menunjukkan data mahasiswa mencapai presentase 89,7% disusul pelajar 69,8%, pekerja 58,4%, Ibu rumah tangga 25,3%. Ini menunjukkan bahwa hampir seluruh mahasiswa di Indonesia adalah pengguna internet. Oleh karena itu fenomena gerakan #2019GantiPresiden tidak luput dari pantauan mahasiswa.

Gerakan #2019GantiPresiden di kalangan mahasiswa ditanggapi dengan berbagai respon. Respon tidak setuju dari mahasiswa yang tergabung dalam Forum Mahasiswa Pejuang Demokrasi (FMPD) Bandung. Dilansir kompas.com sekitar seratusan mahasiswa yang tergabung dalam FMPD melakukan aksi jalan mundur di depan Gedung Sate dan depan Markas Polda Jabar, Kamis (16/8/2018). Jalan mundur dilakukan sebagai simbol kemunduran demokrasi di Indonesia yang diindikasikan dengan merebaknya konflik horizontal akibat gerakan #2019GantiPresiden. Respon setuju ditunjukkan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ), dilansir detik.com (29/8/18) pada acara orientasi mahasiswa baru ribuan mahasiswa di kampus UMJ, Jalan Ciputat, Jakarta menyuarakan 'ganti presiden' ketika ditanya Ketua PAN sekaligus Ketua MPR Zulkifli Hasan terkait Pilpres 2019.

Mahasiswa tidak dapat untuk tidak peduli terhadap fenomena yang terjadi di masyarakat. Begitu pula dengan gerakan #2019GantiPresiden yang mengganggu stabilitas demokrasi di Indonesia perlu mendapat perhatian oleh mahasiswa. Oleh karena itu penelitian ini ingin melihat persepsi mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019GantiPresiden. Surabaya sebagai ibu kota Provinsi

Jawa Timur, Indonesia, sekaligus kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Memiliki total 74 perguruan tinggi, termasuk didalamnya perguruan tinggi negeri, swasta, perguruan tinggi berbasis teknik, berbasis akuntansi, kesehatan, dan lain sebagainya. Dengan jumlah perguruan tinggi yang tidak sedikit menjadikan Surabaya sebagai tempat berkumpulnya mahasiswa dari berbagai daerah, oleh karena itu penelitian ini dilakukan di Surabaya.

Memilik pada konsep persepsi, persepsi sendiri adalah suatu proses yang didahului stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yaitu indera. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Khairani, 2013:62). Suranto Aw mengemukakan pengertian persepsi adalah proses internal yang diakui individu dalam menyeleksi, dan mengatur stimuli yang datang dari luar. Stimuli itu ditangkap oleh indra, secara spontan pikiran dan perasaan akan memberi makna atas stimuli tersebut. Secara sederhana persepsi bisa dikatakan sebagai proses individu dalam memahami kontak/hubungan dengan dunia sekelilingnya (Aw, 2011:107). J. Cohen dalam (Mulyana, 2008:180) mendefinisikan persepsi sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal, persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada di luar sana.

Persepsi berangkat pada hubungan antara manusia dengan lingkungannya, serta bagaimana manusia menggambarkan atau menyampaikan stimulus yang ada di lingkungannya dengan menggunakan pengetahuan yang dimiliki manusia, kemudian memproses hasil pengindraannya itu, sehingga muncullah makna mengenai objek tersebut (baik atau buruk). Persepsi merupakan suatu pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan, maka persepsi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kognisi, afeksi, intepretasi serta evaluasi terhadap objek (setuju/tidak setuju) mahasiswa terhadap gerakan #2019GantiPresiden yang tengah berlangsung di masyarakat.

Proses terbentuknya persepsi jika dikaji mendalam diawali dari stimulus yang ditangkap melalui penginderaan. Pada konteks gerakan #2019GantiPresiden stimulus dirangsang melalui peran media. Media memungkinkan untuk membuka ruang publik terkait berbagai isu yang berkembang di masyarakat, media dapat berupa digital dan konvensional. Namun, pada gerakan #2019GantiPresiden media berbasis digital lebih banyak membuka ruang publik untuk diskusi karena publik dapat turut serta berkontribusi, terlebih media sosial. Media sosial dalam konteks ini merupakan stimulus yang dapat membentuk persepsi, karena gerakan

#2019GantiPresiden berawal dari media sosial dan berkembang di media sosial.

Tahap pembentukan persepsi setelah stimulus yaitu penginderaan, informasi dapat diterima melalui panca indera yaitu penglihatan, pendengaran, peraba, penciuman dan/atau pengecap. Informasi yang diterima melalui panca indera kemudian menuju pada tahap perhatian. Perhatian menurut Gazali (Slameto, 2010:56) keaktifan jiwa yang dipertinggi, jiwa itupun semata-mata tertuju kepada suatu objek (benda/hal) atau sekumpulan objek. Ketika seseorang mengamati linimasa pada media sosialnya jiwa orang itu tertuju pada konten yang disajikan di media sosialnya, dengan maraknya isu #2019GantiPresiden memungkinkan seseorang memperhatikan isu tersebut.

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atau penafsiran atau informasi yang diperoleh dari salah satu indera. Namun tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung, melainkan menginterpretasikan makna informasi yang diperoleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. Akan tetapi kemampuan orang berbeda-beda dalam mengindra lingkungannya, karena juga berbeda secara genetik, berbea pengalaman dan pembelajaran, atau karena sebagian alat inderanya kurang berfungsi karena usia tua atau kecelakaan (Mulyana, 2008:182).

Interpretasi menurut KBBI yakni pemberian kesan, pendapat, atau pandangan teoretis terhadap sesuatu atau tafsiran. Terhadap #2019GantiPresiden tahap interpretasi tiap satu individu dengan individu lain berbeda karena berkaitan dengan pengalaman masing-masing. Interpretasi terjadi dalam mental yang dalam definisi sempit yaitu dalam pikiran manusia. Tahap selanjutnya yaitu tanggapan, pada dasarnya tanggapan dibagi menjadi dua yaitu positif dan negatif. Tanggapan positif dapat berupa menyukai, mendekati, menyenangkan dan mengharapkan suatu objek. Sedangkan tanggapan negatif cenderung menjauhi, menghindari dan menolak suatu objek. Pada #2019GantiPresiden tanggapan setuju memungkinkan seseorang untuk mencari informasi lebih terkait isu tersebut, sedangkan tanggapan negatif memungkinkan seseorang untuk menjauhi isu terkait #2019GantiPresiden. Setelah tahap tanggapan maka persepsi terbentuk.

Ittelson (Bell, 2001:62), menyatakan bahwa persepsi dapat dicermati melalui empat aspek yakni: Pertama kognitif, meliputi berpikir mengenai, mengorganisasi dan menyimpan informasi. Kedua afektif, perasaan kita yang mempengaruhi bagaimana individu mempersepsi sesuatu. Ketiga interpretatif, sejauhmana individu memaknai sesuatu. Dan keempat evaluatif, menilai sesuatu sebagai aspek yang baik dan buruk. Aspek persepsi inilah

digunakan sebagai indikator untuk melihat persepsi mahasiswa di Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan persepsi mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian yang digunakan adalah survei deskriptif. Penelitian survei biasanya digunakan dalam ilmu sosial untuk membantu melakukan pengamatan terhadap suatu fenomena sosial. Pada penelitian survei, peneliti memilih sejumlah responden sebagai sampel, dan memberikan responden kuesioner yang sudah baku (standar). Penelitian dengan metode survei digunakan untuk mengumpulkan data guna menjelaskan suatu populasi yang terlalu besar untuk diamati langsung.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di perguruan tinggi Surabaya yaitu dengan jumlah populasi 241.182 dengan sifat yang cenderung homogen. Teknik penarikan sampel menggunakan tabel yang dikembangkan oleh *Isaac* dan *Michael* dengan taraf kesalahan 5% maka sampel berjumlah 347 responden.

Mengacu pada teori persepsi oleh Ittelson, aspek-aspek persepsi (meliputi: kognisi, afeksi, intepretasi serta evaluasi) digunakan sebagai variabel untuk melihat persepsi mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden. Kognisi mengacu pada informasi yang didapat melalui media sosial terhadap gerakan #2019gantipresiden. Sikap meliputi kontribusi yang diberikan responden baik di media sosial maupun di dunia nyata. Intepretasi berkaitan dengan tafsiran yang dihubungkan dengan kampanye hitam serta kampanye kreatif. Evaluasi merujuk pada penilaian akhir terkait tindakan yang akan dilakukan selanjutnya.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan angket. Angket yang digunakan yaitu angket tertutup yang sudah disediakan pilihan jawaban berdasarkan skala *likert* sehingga responden dapat memilih jawaban sesuai dengan persepsi responden. Pengumpulan data menggunakan media *google form* atau google formulir adalah alat yang berguna untuk membantu anda merencanakan acara, mengirim survei, memberikan siswa atau orang lain kuis, atau mengumpulkan informasi yang mudah dengan cara yang efisien. Responden dapat mengisi kuesioner secara online di *link*: bit.ly/skripsisesila.

Agar data yang dihasilkan bersifat akurat dan objektif, maka alat ukur yang digunakan harus bersifat valid dan reliabel. Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan (Arikunto, 2002:144). Apabila *r* hitung

lebih besar daripada r tabel, maka butir instrumen tersebut dinyatakan valid. Sugioyono (2012:87) menyebutkan bahwa reliabilitas adalah keajegan pengukuran. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama.

Berdasarkan tabel r , nilai r tabel pada taraf kesalahan 5% dengan jumlah sampel 347 adalah 0,098. Setelah dilakukan uji validitas dengan 30 pertanyaan yang valid berjumlah 27 pertanyaan karena 3 pertanyaan nilai r hitung tidak memenuhi nilai r tabel atau r hitung $<$ r tabel. Pada reliabilitas, perhitungan reliabilitas dalam penelitian ini diketahui sebesar 0,772 sehingga dapat dikatakan reliabilitas tinggi. Instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel, maka data yang diperoleh dalam penelitian ini juga dinyatakan valid dan reliabel.

Data yang diperoleh melalui angket perlu dikuantitatifkan terlebih dahulu dengan menentukan skor terhadap angket dan setiap nomor terdiri atas empat jawaban dengan skor berbeda pada tiap pilihan. Dengan menggunakan skala *likert*, angket memiliki empat pilihan jawaban, dengan pilihan jawaban yang beragam disesuaikan dengan indikator. Pemberian skor dimulai dari 1 sampai 4. Setelah skor ditentukan kemudian menentukan kriteria penilaian.

$$\begin{aligned} X_{\max} &= 4 \times 27 &&= 108 \\ X_{\min} &= 1 \times 27 &&= 27 \\ \text{Interval nilai} &= (X_{\max} - X_{\min})/3 \\ &= (108 - 27)/3 \\ &= 27 \end{aligned}$$

Dari interval tersebut akan diperoleh kriteria penilaian sebagai berikut:

Tabel 1 Kriteria penilaian
Interval Kategori

Interval	Kategori
27- 45	Negatif
46-64	Netral
65-81	Positif

Setelah ditentukan kategori penilaian, selanjutnya yaitu menganalisis skor pada tiap-tiap indikator. Dari keempat indikator yang telah dianalisis tersebut akan dicari rata-rata skor. Dari data tersebut nantinya diketahui berapa rata-rata skor mahasiswa tentang #2019GantiPresiden, termasuk dalam kategorisasi persepsi negatif, netral, serta positif.

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif deskriptif yang menyajikan data melalui perhitungan presentase. Penggunaan teknik presentase untuk mengetahui persepsi mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019GantiPresiden. Penelitian dengan teknik ini disesuaikan dengan jenis penelitian untuk mengungkap seberapa besar presentase hasil penelitian. Berikut adalah rumus dalam penelitian ini:

$$P = n/N \times 100\%$$

Keterangan :

P : hasil akhir dalam persentase
 n : nilai yang diperoleh dalam angket
 N : jumlah responden

HASIL DAN PEMBAHASAN

Surabaya adalah ibu kota Provinsi Jawa Timur, Indonesia, sekaligus kota metropolitan terbesar di provinsi tersebut. Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Kota ini terletak 796 km sebelah timur Jakarta, atau 415 km sebelah barat laut Denpasar, Bali. Surabaya terletak di pantai utara Pulau Jawa bagian timur dan berhadapan dengan Selat Madura serta Laut Jawa. Surabaya memiliki luas sekitar 350,54 km² dengan penduduknya berjumlah 2.917.688 jiwa (2018).

Surabaya merupakan salah satu kota tujuan pendidikan di Indonesia. Ribuan siswa maupun mahasiswa dari berbagai daerah di Indonesia mengenyam pendidikan di kota ini. Di kota Surabaya terdapat berbagai macam tingkatan pendidikan, mulai dari pendidikan anak usia dini yaitu kelompok bermain, hingga pendidikan tinggi yaitu akademi, institut, politeknik, sekolah tinggi, hingga universitas. Menurut penelusuran idtesis.com bahwa jumlah perguruan tinggi di Surabaya mencapai 75 perguruan tinggi.

Mahasiswa di Surabaya aktif dalam menyuarakan pendapat pada hari-hari besar, khususnya pada hari buruh. Hampir tidak pernah absen mahasiswa di Surabaya melakukan unjuk rasa di depan gedung Pemprov Jatim di Surabaya. Selain itu, di Surabaya juga tumbuh organisasi kepemudaan yaitu Gerakan Mahasiswa Surabaya atau GMS yang bergerak di bidang sosial kemasyarakatan, organisasi ini tergolong tua yang berdiri pada 07 Mei 1952. Mahasiswa di Surabaya kerap melakukan aksi terkait demokrasi di Indonesia. Pada 22 Februari 2019, mahasiswa di Surabaya melakukan unjuk rasa di depan Mapolda dengan tuntutan menuntut aparat Kepolisian Daerah Jawa Timur agar tidak bersikap represif terhadap serangkaian Unras yang dilakukan mahasiswa di Jawa Timur.

Persepsi dalam penelitian ini meliputi aspek kognisi, afeksi, interpretasi serta evaluasi (positif/netral/negatif) mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019GantiPresiden pada isu kampanye hitam. Penelitian yang telah dilakukan dengan cara penyebaran angket online melalui *google form* yaitu dengan *link*: bit.ly/skripsisesila, disebarikan melalui media sosial *Instagram*, *Whatsapp*, *Line* serta *Twitter*. Karena media sosial yang sangat luas cakupannya, dalam angket diberikan kolom untuk mengisi NIM, jurusan serta nama perguruan tinggi. Setelah mengumpulkan data kemudian

data ditabulasi dan diolah menggunakan rumus yang dipersiapkan sebelumnya untuk mendeskripsikan Persepsi Mahasiswa di Surabaya terhadap Gerakan #2019GantiPresiden.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *Likert*. Jumlah pertanyaan dalam penelitian ini 30 soal, namun setelah dilakukan perhitungan validasi 3 soal tidak valid karena r hitung lebih kecil dari r tabel sedangkan 27 diantaranya adalah valid. Setiap pertanyaan memiliki pilihan jawaban yang diberikan skor 1-4. Meskipun skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*, tetapi pilihan jawaban antara satu pertanyaan dengan pertanyaan yang lain tidak sama, karena setiap aspek memiliki porsi yang berbeda jadi disesuaikan dengan konteks pertanyaan. Pertanyaan terkait pengetahuan berjumlah 4, pertanyaan pada aspek afeksi berjumlah 8, pertanyaan pada aspek interpretasi berjumlah 12, dan pertanyaan terkait evaluasi berjumlah 3.

Sikap Mahasiswa di Surabaya terhadap Gerakan #2019gantipresiden

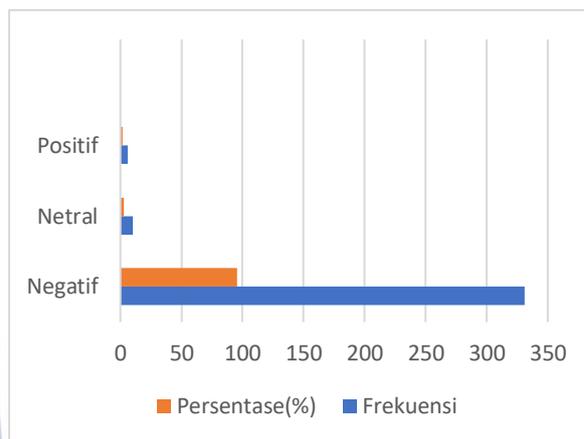
Sikap yang ditunjukkan mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019 dapat diketahui melalui beberapa subindikator. Pertama terkait dengan intensitas konten dalam gerakan #2019gantipresiden muncul pada linimasa responden. Kemudian yang kedua berkaitan dengan hal-hal yang dilakukan responden dalam menanggapi konten yang bermuat gerakan #2019gantipresiden di sosial media. Hal-hal tersebut antara lain seperti menyukai postingan yang memuat konten #2019gantipresiden, mengomentari serta membagikan ke akun lain yang berkaitan dengan konten #2019gantipresiden di sosial media. Selain pada sosial media, gerakan #2019gantipresiden juga muncul di dunia nyata yang pada awal kemunculan mendeklarasikan dengan menggandeng tokoh publik untuk mencuri perhatian masyarakat. Tabel 2 berikut menunjukkan sikap mahasiswa di Surabaya terkait gerakan #2019GantiPresiden :

Tabel 2 Sikap Mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
8-16	Negatif	331	95,39%
17-25	Netral	10	2,88%
26-32	Positif	6	1,73%
Jumlah		347	100%

Dapat diketahui pada tabel 2, menunjukkan bahwa mahasiswa di Surabaya menunjukkan sikap yang 'Negatif' terhadap gerakan #2019gantipresiden yaitu 331 dari 347 responden atau 95,39%. Perolehan jumlah skor tertinggi yaitu 30, sedangkan perolehan jumlah skor

terendah responden yaitu 8. Skor rata-rata responden yaitu 10,83 yang menunjukkan bahwa mahasiswa di Surabaya menunjukkan sikap yang 'Negatif' terhadap gerakan #2019gantipresiden.



Grafik 1 Sikap Mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden

Grafik 1 menunjukkan perbedaan yang sangat signifikan antara kategori negatif dengan netral ataupun negatif dengan positif. Perolehan pada kategori negatif adalah yang tertinggi pada aspek sikap. Jika ditelisik lebih dalam untuk mengukur sikap mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden disediakan delapan pertanyaan. Pada hal yang berkenaan intensitas konten yang memuat '2019 ganti presiden' muncul di linimasa responden, sebanyak 175 dari 347 responden atau 50,4% menjawab 'kadang-kadang.' Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aktif media sosial, gerakan #2019GantiPresiden berkembang pesat di media sosial, sehingga tidak memungkinkan konten terkait '2019 ganti presiden' muncul di linimasa responden. Kategori dengan intensitas 'kadang-kadang' menunjukkan bahwa postingan yang memuat konten '2019 ganti presiden' pernah muncul tetapi dengan intensitas sedikit. Hal ini dipengaruhi oleh ketertarikan responden dengan konten-konten yang dipilih. Jika responden sama sekali tidak mengikuti akun yang berkaitan dengan politik sedikit kemungkinan untuk muncul di linimasa, sedangkan postingan yang memuat konten '2019 ganti presiden' muncul di linimasa memungkinkan bahwa orang yang diikuti responden sedang mengikuti akun-akun yang menyuarakan '2019 ganti presiden.'

Kesengajaan responden untuk mencari informasi terhadap #2019GantiPresiden, data menunjukkan data bahwa sebanyak 194 dari 347 atau 55,9% menjawab 'tidak pernah.' Terdapat dua asumsi terkait kesengajaan responden mencari informasi '2019 ganti presiden' yang pertama merupakan bentuk ketertarikan dalam artian setuju terhadap gerakan #2019GantiPresiden sehingga

dirasa perlu untuk mendapatkan informasi lebih rinci. Yang kedua merupakan bentuk ketidaksetujuan sehingga memiliki keinginan untuk mencari informasi lebih rinci terkait gerakan #2019GantiPresiden. Namun pada kelompok kedua ini biasanya akan mencari informasi pada ruang yang sama dengan mereka yaitu yang sama-sama tidak setuju.

Keikutsertaan responden dalam gerakan #2019GantiPresiden baik secara virtual maupun nyata. Pada aspek menekan tombol suka sebanyak 74,9% atau sebanyak 260 responden dari 347 responden menyatakan 'tidak pernah' menyukai postingan terkait #2019GantiPresiden. Kemudian intensitas responden meninggalkan komentar pada postingan yang memuat gerakan #2019GantiPresiden menyatakan bahwa 86,8% responden atau 301 dari 347 menyatakan 'tidak pernah' meninggalkan postingan terkait gerakan #2019GantiPresiden. Terkait membagikan postingan pada akun lain. Data dari per-item menunjukkan bahwa sebanyak 315 dari 347 responden atau 90,8% menyatakan tidak pernah membagikan postingan yang memuat konten #2019GantiPresiden ke akun lain. Selanjutnya terkait memposting tulisan atau gambar yang memuat konten #2019GantiPresiden, 93,1% atau 323 dari 347 responden menyatakan tidak pernah memposting. Pada hal ini untuk mengukur sikap yang dilakukan mahasiswa di Surabaya terkait keikutsertaan mahasiswa di Surabaya pada gerakan #2019GantiPresiden di media sosial. Dalam pertanyaan diatas dapat diukur bahwa pernyataan 'tidak pernah' menginterpretasikan bahwa mahasiswa di Surabaya tidak setuju terhadap gerakan #2019GantiPresiden. Namun pernyataan 'selalu' tidak selalu menginterpretasikan setuju, bahwa kelompok yang menyanggah juga melakukan hal-hal diatas.

Intensitas responden yang ikut serta dalam deklarasi #2019GantiPresiden menghasilkan data bahwa 324 dari 347 responden atau 93,4% responden menyatakan 'tidak pernah' mengikuti kampanye yang dilaksanakan di daerah responden. Deklarasi #2019GantiPresiden marak dilakukan di berbagai daerah dengan membawa publik figur serta ulama untuk menarik minat massa. Atribut adalah simbol yang dapat menunjukkan pro dengan gerakan #2019gantipresiden, dalam hal mengenakan atribut #2019GantiPresiden, dapat diketahui bahwa 336 dari 347 responden atau sebesar 96,8% menyatakan 'tidak pernah' mengenakan atribut '2019 ganti presiden.' Pada saat deklarasi berlangsung, biasanya massa menggunakan atribut yang menunjukkan identitas. Atribut yang digunakan berupa kaos, topi, syall, pin dan lain sebagainya. Atribut '2019 ganti presiden' kebanyakan dijual online. Dari data diatas hanya 3 dari 347 reponden dengan kategori 'selalu' yang menggunakan atribut '2019 ganti presiden.'

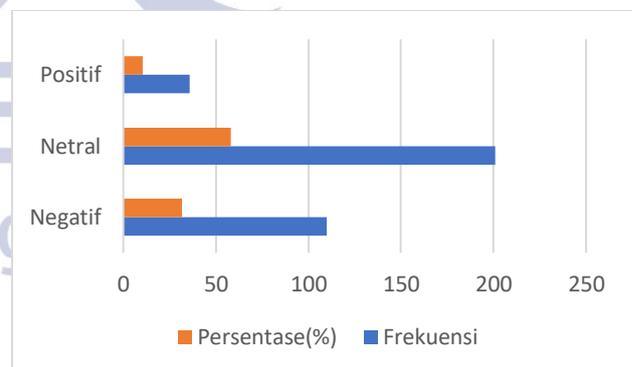
Intepretasi Mahasiswa di Surabaya terhadap Gerakan #2019gantipresiden

Pada indikator intepretasi, responden menafsirkan gerakan #2019gantipresiden dalam proses kampanye merupakan bentuk kampanye hitam atau kampanye kreatif yang memanfaatkan media sosial dan kemampuan menggiring opini masyarakat sehingga menjadi bentuk kampanye positif. Pada indikator ini dikaitkan dengan UU No. 7 tahun 2017 pasal 280 tentang larangan dalam berkampanye. Selain itu di sisi lain juga mengukur bahwa gerakan #2019gantipresiden merupakan kampanye positif dan kreatif.

Tabel 3 Hasil Intepretasi Mahasiwa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
12-24	Negatif	110	31,7%
25-37	Netral	201	57,93%
38-48	Positif	36	10,37%
Jumlah		347	100%

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa 110 dari 347 responden atau 31,7% responden mengintepretasikan negatif, 201 dari 347 atau 57,93% responden mengintepretasikan netral dan 36 dari 347 responden atau 10,37% mengintepretasikan positif terhadap gerakan #2019gantipresiden. Kemudian perolehan jumlah skor tertinggi oleh responden adalah 48 sedangkan perolehan jumlah skor terendah adalah 12. Rata-rata perolehan jumlah skor adalah 28,3 yang menunjukkan bahwa rata-rata responden memberikan intepretasi 'netral' terhadap gerakan #2019gantipresiden.



Grafik 2 Intepretasi Mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden

Grafik 2 menunjukkan bahwa perolehan tertinggi pada kategori 'Netral', kemudian disusul 'Negatif', dan terendah pada kategori 'Positif.' Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa 133 responden dari 347 atau 38,8% menyatakan 'setuju' bahwa gerakan #2019gantipresiden melakukan kegiatan yang

membahayakan keutuhan NKRI. Isu SARA belakangan ini sangat marak terjadi di Indonesia, terlebih isu agama. Minimnya toleransi menjadikan masyarakat mudah terprovokasi oleh propaganda atas nama agama. Gerakan #2019gantipresiden tak jarang membawa isu agama dalam setiap kesempatan, terlebih saat mengeluarkan argumen di media sosial gerakan #2019gantipresiden cenderung memperseksu agama lain sehingga berpotensi memunculkan problem dalam konteks keutuhan NKRI.

Diangkat dari pasal 280 UU no. 7 tahun 2017 tentang larangan pemilu bahwa pada saat kampanye dilarang untuk menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, atau kelompok tertentu. Persepsi mahasiswa pada gerakan #2019gantipresiden terkait menghina agama, suku, ras, atau kelompok tertentu menghasilkan data bahwa 136 dari 347 responden atau 39,2% menyatakan dengan kategori 'setuju' bahwa gerakan #2019gantipresiden melakukan tindakan tersebut. Ini merupakan salah satu dari poin kampanye hitam.

Pada proses berkampanye terdapat larangan untuk menghasut atau mengadu domba perseorangan atau kelompok yang mana juga tertuang pada pasal 280 UU nomor 7 tahun 2017. Persepsi bahwa mahasiswa di Surabaya sebanyak 42,9% atau 149 dari 347 responden menyatakan gerakan #2019gantipresiden 'setuju' melakukan hal tersebut. Pertanyaan keempat masih dalam konteks yang sama yaitu terkait penyebaran berita bohong. Mahasiswa di Surabaya sebanyak 145 dari 347 atau 41,8% menyatakan bahwa gerakan #2019GantiPresiden 'setuju' menyebarkan berita bohong. Larangan berikutnya dalam UU no.7 tahun 2017 pasal 280 yakni pelanggaran mengganggu ketertiban umum dalam berkampanye. Sebanyak 126 dari 347 responden atau 36,3% menyatakan dalam kategori 'setuju' bahwa gerakan #2019gantipresiden telah mengganggu ketertiban umum.

Mahasiswa di Surabaya telah menginterpretasikan bahwa gerakan #2019GantiPresiden merupakan gerakan yang masif dan terencana oleh para elit yaitu sebanyak 192 dari 347 responden atau 55,3% menyatakan 'setuju' terkait hal tersebut. Mahasiswa di Surabaya 'tidak setuju' bahwa gerakan #2019GantiPresiden mengancam dan melakukan kekerasan atau menganjurkan tindakan kekerasan, yakni sebanyak 152 dari 347 responden atau 43,8% yang menyatakan ketidaksetujuan.

Kelompok Hizbut Tahrir Indonesia atau disingkat HTI yang berkembang di Indonesia menuai pro dan kontra di masyarakat. HTI dinilai sebagai kelompok yang radikal sehingga mengancam persatuan dan kesatuan bangsa. Berkembangnya gerakan #2019gantipresiden di masyarakat dalam beberapa kesempatan ditanggapi oleh kelompok HTI, oleh karenanya dalam penelitian ini juga ingin mengukur apakah menurut mahasiswa di Surabaya

gerakan #2019gantipresiden identik dengan organisasi masyarakat HTI. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa 44,1% atau 153 dari 347 responden menyatakan tidak setuju bahwa gerakan #2019gantipresiden identik dengan kelompok HTI.

Gerakan #2019gantipresiden juga merupakan kampanye positif dan kreatif yang memanfaatkan sosmed sebagai wadah berkampanye. Responden seharusnya dapat mengetahui visi misi calon presiden melalui gerakan #2019gantipresiden. Data dari data penelitian menunjukkan bahwa 171 dari 347 responden atau 49,3% menyatakan 'tidak setuju' bahwa responden dapat mengetahui visi misi calon presiden melalui gerakan #2019gantipresiden. Selanjutnya dapat mengetahui program kerja calon presiden melalui gerakan #2019GantiPresiden, data menunjukkan bahwa dari 169 dari 347 responden atau 48,7% menyatakan 'tidak setuju' bahwa dapat mengetahui program kerja calon presiden melalui gerakan #2019gantipresiden.

Responden dapat mengetahui informasi pribadi calon presiden melalui gerakan #2019GantiPresiden menyatakan bahwa 159 dari 347 atau 45,8% 'tidak setuju' dengan pernyataan tersebut. Terakhir yakni terkait pernyataan bahwa responden dapat mengetahui prestasi calon presiden melalui gerakan #2019gantipresiden menunjukkan data bahwa 167 dari 347 responden atau 48,1% mahasiswa di Surabaya menyatakan 'tidak setuju' dengan pernyataan tersebut.

Evaluasi Mahasiswa di Surabaya terhadap Gerakan #2019gantipresiden

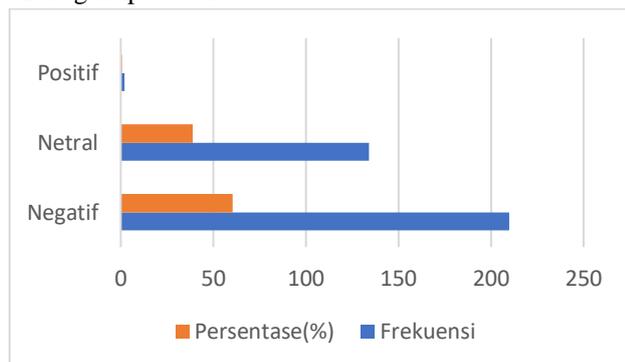
Pada indikator ini, mahasiswa di Surabaya akan menyatakan tindakan-tindakan apa yang akan dilakukan terkait gerakan #2019gantipresiden. Pada indikator evaluasi, kategori penentuan kelas interval dibagi menjadi tiga yaitu negatif, netral, dan positif.

Tabel 4 Evaluasi Mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
3-6	Negatif	210	60,52%
7-10	Netral	134	38,9%
11-12	Positif	2	0,58%
Jumlah		347	100%

Dari tabel 4 dapat diketahui bahwa 210 dari 347 responden atau 60,52% masuk dalam kategori negatif, 134 dari 347 responden atau 38,9% masuk dalam kategori netral dan 2 dari 347 responden atau 0,58% dikategorikan positif terhadap gerakan #2019gantipresiden. Perolehan jumlah skor tertinggi oleh responden adalah 11 kemudian perolehan jumlah skor terendah oleh responden adalah 3. Rata-rata perolehan jumlah skor adalah 6,3 yang

menunjukkan bahwa responden rata-rata menunjukkan evaluasi yang negatif terhadap gerakan #2019gantipresiden.



Grafik 3 Evaluasi Mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden

Grafik 3 menyajikan data bahwa perolehan tertinggi pada kategori ‘Negatif’, kemudian disusul ‘Netral’, dan terendah pada ‘Positif.’ Data per-item terkait langkah selanjutnya yang akan diambil jika gerakan #2019gantipresiden muncul secara terus menerus bahwa 266 dari 347 responden atau 76,7% menyatakan akan ‘mengabaikan’ jika mendapat informasi terkait ‘2019 Ganti Presiden’ terus menerus di media sosial. Yang kedua terkait gerakan #2019gantipresiden merupakan bentuk kampanye yang bersifat ‘mengganggu’ oleh 170 dari 347 responden atau 49%. Sedangkan sebagai pemilih muda yang memiliki hak pilih menyatakan bahwa adanya gerakan #2019GantiPresiden mempengaruhi pilihan politik pada pilpres 2019 menyatakan bahwa 155 dari 347 responden atau 44,7% ‘tidak setuju’ dari pernyataan tersebut.

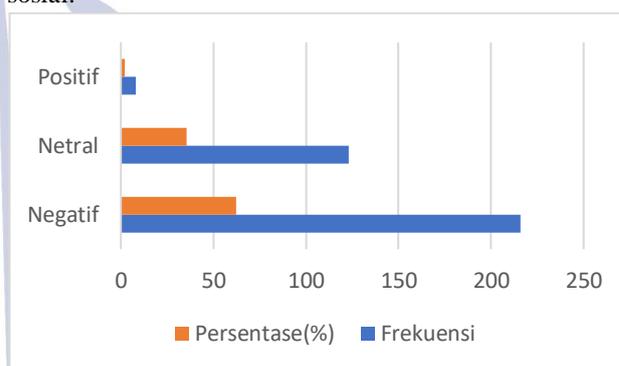
Langkah selanjutnya untuk melihat persepsi mahasiswa di Surabaya dihitung dengan tiga kategori yaitu sikap, interpretasi, dan evaluasi dalam penelitian ini yaitu mengkategorisasi melalui jumlah nilai yang diperoleh responden kemudian di persentase menggunakan rumus yang telah disiapkan. Berikut merupakan sajian data dalam bentuk tabel:

Tabel 5 Persepsi Mahasiswa di Surabaya terhadap Gerakan #2019gantipresiden

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
23-46	Negatif	216	62,25%
47-70	Netral	123	35,45%
71-92	Positif	8	2,3%
Jumlah		347	100%

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa 216 dari 347 atau 62,25% mahasiswa di Surabaya menyatakan persepsi negatif terhadap gerakan #2019gantipresiden sedangkan 123 dari 347 responden masuk dalam kategori

netral atau 35,45% dan 8 dari 347 atau 2,3% positif. Nilai tertinggi responden pada penilaian ini yakni 82 sedangkan nilai terendah 24, rata-rata mencapai 45,4. Berdasarkan data dari tabel 5 dapat disimpulkan bahwa mahasiswa di Surabaya mempersepsikan negatif terhadap gerakan #2019gantipresiden dikarenakan memuat isi yang menyalahi UU no. 7 tahun 2017 pasal 280 tentang larangan dalam berkampanye. Lebih dari itu gerakan #2019gantipresiden memuat konten kampanye hitam. 123 dari 347 responden atau 35,45% masuk dalam kategori netral sedangkan 8 dari 347 responden atau 2,3% mempersiapkan positif terhadap gerakan #2019gantipresiden dalam artian memuat unsur bentuk kampanye yang kreatif dengan memanfaatkan media sosial.



Grafik 4 Persepsi Mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden

Berdasarkan grafik 4 terkait persepsi mahasiswa di Surabaya yang telah diolah dari tiga indikator yaitu sikap, interpretasi, serta evaluasi dapat dilihat bahwa secara umum mahasiswa di Surabaya mempersepsikan ‘Negatif.’ Responden yang mempersepsikan negatif adalah yang tertinggi dan cukup signifikan jika dibandingkan dengan yang positif.

Pengetahuan Mahasiswa di Surabaya terhadap Gerakan #2019gantipresiden

Pengetahuan memiliki peranan penting dalam mengukur persepsi, dalam persepsi posisi pengetahuan merupakan pijakan untuk selanjutnya seseorang mempersepsikan gerakan #2019GantiPresiden. Indikator pengetahuan memiliki subindikator yaitu inisiator gerakan #2019GantiPresiden, kemunculan gerakan #2019GantiPresiden pertama kali, Pencipta lagu ‘2019 Ganti Presiden’ serta isi gerakan #2019Gantipresiden. Berikut adalah hasil dari 347 responden yang menjawab terkait indikator pengetahuan pada gerakan #2019GantiPresiden.

Pilihan jawaban pada indikator pengetahuan ada empat, untuk mengukur pengetahuan pilihan jawaban A diberi skor 1, B diberi skor 2, C diberi skor 3, dan D diberikan skor 4. Pilihan jawaban A menunjukkan

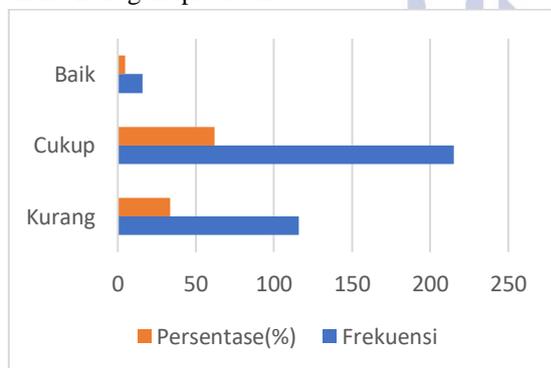
bahwa jawaban memiliki sifat yang umum sehingga menunjukkan pengetahuan hanya mendasar. Kemudian pilihan jawaban B memiliki sifat lebih mendetail daripada jawaban A, begitu juga untuk pilihan jawaban C lebih detail lagi dari jawaban B. Jawaban D memberikan pilihan jawaban yang benar dan detail. Pilihan jawaban bersifat umum ke khusus, semakin detail jawaban yang dipilih menunjukkan pengetahuan mahasiswa semakin tinggi.

Hasil dari kelas interval kemudian dikategorikan sehingga dapat diketahui jumlah mahasiswa yang memiliki Kurang mengetahui, Cukup mengetahui dan Mengetahui dengan baik terhadap gerakan #2019GantiPresiden. Kemudian dipersentasekan untuk memudahkan dalam membaca data. Berikut penyajian data pada indikator pengetahuan:

Tabel 6 Pengetahuan Mahasiswa di Surabaya terhadap Gerakan #2019gantipresiden

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
4-8	Kurang	116	33,43%
9-13	Cukup	215	61,96%
14-16	Baik	16	4,61%
Jumlah		347	100%

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa 215 dari 347 atau 61,96% mahasiswa di Surabaya mengetahui terhadap gerakan #2019gantipresiden. Jumlah skor tertinggi responden adalah 16 sedangkan perolehan jumlah skor terendah responden adalah 4. Rata-rata perolehan skor pada indikator pengetahuan adalah 9,5, jadi dapat disimpulkan bahwa pada indikator ini mahasiswa di Surabaya rata-rata memiliki pengetahuan terhadap gerakan #2019gantipresiden.



Grafik 5 Pengetahuan Mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden

Kategori 'kurang' menunjukkan pengetahuan yang dimiliki mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden tidak mengetahui dengan baik. Pada kategori 'Cukup' menunjukkan pengetahuan mahasiswa

di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden yaitu mengetahui tapi tidak menyeluruh dan mendetail. Sedangkan pada kategori 'baik', pengetahuan mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden pada kategori ini menunjukkan detail dan menyeluruh.

Terkait inisiator gerakan #2019gantipresiden, responden cenderung memilih jawaban A yang menunjukkan pengetahuan yang dimiliki hanya mendasar hasil penelitian menunjukkan dari 347 responden, jawaban tertinggi yaitu sebesar 42,65% menjawab A dan terkait kemunculan gerakan #2019gantipresiden pertama kali yaitu sebesar 33,72% dari 347 responden menjawab A. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang diperoleh responden terhadap gerakan #2019gantipresiden tidak detail. Selanjutnya hasil dari penelitian terhadap pengetahuan mahasiswa di Surabaya pada gerakan #2019gantipresiden responden cenderung mengetahui secara detail terkait pernyataan penyanyi lagu '2019 ganti presiden' dan konten yang dimuat dalam gerakan #2019gantipresiden.

Hasil penelitian pada hal yg berkenaan 'lagu 2019 ganti presiden' yakni sebanyak 125 dari 347 atau 36% responden menjawab pilihan jawaban D bahwa lagu '2019 ganti presiden' dinyanyikan oleh Ahmad Dhani, Fadli Zon dan Sang Alang. Ini menunjukkan bahwa gerakan #2019gantipresiden berkembang di berbagai platform serta media sosial. Mahasiswa di Surabaya yang mengetahui secara detail lagu '2019 ganti presiden' menunjukkan bahwa lagu tersebut telah memasuki berbagai ruang serta platform pada media sosial. Selanjutnya terkait konten yang dimuat dalam gerakan #2019gantipresiden yang diketahui oleh responden, jawaban tertinggi yaitu pilihan jawaban C yaitu 'visi-misi Prabowo-Sandi' sebanyak 140 dari 347 atau 40,35% mahasiswa di Surabaya yang menjawab jawaban tersebut, disusul dengan jawaban 'Pidato dan kunjungan Prabowo-Sandi di berbagai daerah' yaitu sebanyak 125 dari 347 responden atau 36%.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi mahasiswa di Surabaya terhadap gerakan #2019gantipresiden. Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa 216 dari 347 atau 62,25% mahasiswa di Surabaya menyatakan negatif terhadap gerakan #2019gantipresiden sedangkan 123 dari 347 responden masuk dalam kategori 'netral' atau 35,45% dan 8 dari 347 atau 2,3% positif. Data yang telah diolah memuat tiga indikator yaitu afeksi, interpretasi, dan evaluasi.

Indikator/kategori	Negatif	Netral	Positif	Rata-rata
Sikap	95,39%	2,88%	1,73%	Negatif
Intepretasi	1,7%	57,93%	10,37%	Netral
Evaluasi	60,52%	38,9%	0,58%	Negatif

Tabel 6 menunjukkan bahwa sikap yang ditunjukkan mahasiswa di Surabaya cenderung 'Negatif' dengan persentase 95,39%. Sikap yang diukur dalam penelitian ini lebih kepada intensitas mahasiswa dalam menanggapi gerakan #2019gantipresiden di media sosial. Menanggapi gerakan #2019gantipresiden berupa mengomentari, menyukai, membagikan ke akun lain dan lain sebagainya. Data menunjukkan sikap mahasiswa 95,39% 'Negatif' dapat diartikan bahwa mahasiswa di Surabaya tidak melakukan hal-hal seperti menyukai, mengomentari, membagikan ke akun lain dan lain sebagainya. Hal-hal yang dapat dicermati atas perolehan data tersebut yaitu yang pertama mahasiswa di Surabaya tidak tertarik dengan konten yang memuat informasi #2019gantipresiden, yang kedua mahasiswa di Surabaya tidak setuju dengan gerakan #2019gantipresiden atau mahasiswa di Surabaya tidak memiliki preferensi dengan gerakan #2019gantipresiden.

Rata-rata intepretasi mahasiswa terhadap gerakan #2019gantipresiden cenderung netral, meskipun tidak signifikan seperti indikator sikap perolehan intepretasi pada kategori 'netral' yaitu sebesar 57,93%. Berdasarkan data tersebut ada hal yang dapat dicermati yakni mahasiswa di Surabaya menganggap bahwa gerakan #2019gantipresiden sebagian menyalahi kaidah dalam berkampanye, sebagian lagi menanggapi bahwa gerakan #2019gantipresiden merupakan kampanye kreatif dan positif jadi posisi mahasiswa adalah diantara keduanya. Kemudian pada indikator evaluasi, rata-rata responden masuk dalam kategori 'Negatif', nilai ini sangat signifikan yaitu sebesar 60,52% responden menyatakan hal 'Negatif' terhadap gerakan #2019gantipresiden.

Pada aspek pengetahuan mahasiswa di Surabaya terkait gerakan #2019gantipresiden, setelah ditelaah beberapa hal yang dapat dicermati untuk menganalisis hal ini. Pada pertanyaan terkait lagu '2019 ganti presiden' sebanyak 125 dari 347 atau 36% responden menjawab bahwa lagu '2019 ganti presiden' dinyanyikan oleh Ahmad Dhani, Fadli Zon, dan Sang Alang. Ini menunjukkan bahwa gerakan #2019gantipresiden berkembang di berbagai platform serta media sosial. Media sosial memiliki banyak ruang virtual, dengan karakter mahasiswa di Surabaya yang cenderung homogen tentu memiliki ruang tersendiri tergantung preferensi. Mahasiswa di Surabaya yang mengetahui secara detail lagu '2019 ganti presiden' menunjukkan bahwa lagu tersebut telah memasuki berbagai ruang serta

platform pada media sosial. Terlebih lagu '2019 ganti presiden' sering menjadi *trending topic* di *Youtube*. Mengacu pada data dari rob.it.id bahwa 89,7% mahasiswa di Indonesia adalah pengguna internet, disisi lain konten yang menjadi *trending topic* di *Youtube* menyuguhkan konten tersebut pada ruang sendiri yang banyak dikunjungi karena hangat diperbincangkan serta memiliki jumlah tayangan yang tinggi. Sehingga setelah ditelaah lebih dalam bahwa mahasiswa di Surabaya memiliki pengetahuan terkait lagu '2019 ganti presiden.'

Ruang publik virtual memiliki banyak ruang, konten pada gerakan #2019gantipresiden lampiran mengandung unsur pro maupun kontra mampu beradaptasi dengan berbagai platform di media sosial. Seperti halnya pada ruang komedi, konten dengan tagar '2019 ganti presiden' mampu melakukan *self branding* dengan menjadi oposisi dan menjadikan bahan lelucon kebijakan pemerintah yang dianggap tidak sesuai dengan kondisi rakyat. Di sisi lain pada kelompok tidak setuju justru menjadikan lelucon atas apa yang dijadikan kritik oleh penggiat gerakan #2019gantipresiden. Dengan pola yang sama gerakan #2019gantipresiden berusaha menjangkau seluruh linimasa. Terlebih pada 'pidato dan kunjungan Prabowo-Sandi di berbagai daerah' dalam penggiat gerakan #2019gantipresiden dijadikan sebagai orasi yang memberi semangat dan dinanti-nanti.

Sikap yang ditunjukkan mahasiswa di Surabaya dapat diketahui bahwa nilai tertinggi yaitu pada pertanyaan yang berkaitan dengan kemunculan konten gerakan #2019gantipresiden di linimasa responden yaitu sebanyak 175 dari 347 atau 50,4% menjawab kadang-kadang. Kehadiran gerakan #2019gantipresiden di media sosial menjadi viral sehingga pengguna media sosial lain mau tidak mau akan hadir di linimasa. Seperti yang dibahas sebelumnya bahwa fitur *Trending topic* tidak dapat dihindari oleh pengguna media sosial meskipun hal yang menjadi viral saat itu disukai atau tidak disukai pengguna. Kemudian jawaban terendah pada indikator ini yaitu terkait penggunaan atribut '2019 ganti presiden.' Sebanyak 336 dari 347 responden atau 96,8% menjawab tidak pernah. Penggunaan atribut biasanya pada kampanye atau deklarasi, dari hasil dapat diindikasikan bahwa mahasiswa di Surabaya tidak pernah menghadiri kampanye dan intensitas deklarasi serta kampanye gerakan #2019gantipresiden khususnya di kota Surabaya sangat sedikit.

Faktanya dalam media sosial terdapat *Filter Bubble* memungkinkan informasi yang disuguhkan oleh media sosial tidak lain adalah hal serupa terkait apa yang netizen cari sesuai algoritma. Dari hasil penelitian 194 dari 347 responden atau 55,9% responden menjawab 'tidak pernah' terkait dengan sengaja responden mencari informasi gerakan #2019gantipresiden di media sosial.

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa di Surabaya yang tidak dengan sengaja mencari maka sesuai algoritma informasi terkait gerakan #2019gantipresiden intensitasnya sedikit muncul di linimasa. Sedangkan dari empat pilihan jawaban 12 dari 347 atau 3,5% menjawab 'selalu' menunjukkan bahwa responden akan dengan terus menerus disuguhkan informasi terkait #2019gantipresiden sehingga dapat memungkinkan informasi lain tidak dapat ditampilkan di linimasa. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan tinggi yaitu mahasiswa yang dengan sengaja mencari informasi terkait #2019gantipresiden karena akan mempengaruhi algoritma sosial mediana.

Mufida dalam (Sherly, 300:2018) bahwa #2019Ganti Presiden akan menjadi *black campaign* juga memuat mengenai hal-hal yaitu: 1) Menyebarkan kejelekan atau keburukan tentang seorang politikus, dengan cara memunculkan cerita buruk di masa lalunya, menyebarkan cerita yang berhubungan dengan kasus hukum yang sedang berlangsung, atau menyebarkan cerita bohong atau fitnah lainnya. 2) Untuk menguatkan cerita tersebut biasanya si penyebar cerita akan menyertakan berupa bukti foto. Foto-foto tersebut bisa saja benar-benar terjadi tapi tidak terkait langsung dengan permasalahan. Namun si penyebar foto berharap asumsi masyarakat terbentuk atau bisa juga foto tersebut hasil rekayasa atau manipulasi dengan bantuan teknologi computer. 3) Yang lebih hebat lagi adalah apabila dimunculkan saksi hidup yang bercerita perihal keburukan atau pekerjaan jahat si politikus, baik dimasa lalu maupun yang masih belum lama terjadi.

Dari hasil penelitian pada indikator interpretasi yang memuat isi dari pasal 280 UU nomor 7 tahun 2017 yaitu secara umum responden masuk dalam kategori netral dengan persentase 57,93%. Interpretasi mahasiswa di Surabaya dapat dilihat melalui UU nomor 7 tahun 2017 pasal 280 terkait larangan dalam berkampanye. Pertanyaan dengan perolehan skor terendah berkaitan dengan gerakan #2019GantiPresiden mengancam untuk melakukan kekerasan atau menganjurkan tindakan kekerasan sebanyak 152 dari 347 responden atau 43,8% menyatakan tidak setuju bahwa gerakan #2019gantipresiden melakukan hal tersebut. Kemudian pertanyaan dengan skor tertinggi yaitu gerakan #2019GantiPresiden identik dengan kelompok HTI sebanyak 153 dari 347 responden atau 44,1% menyatakan tidak setuju terkait hal tersebut. Secara garis besar 57,9% responden pada indikator interpretasi menunjukkan tanggapan 'netral' terhadap gerakan #2019gantipresiden.

Pada salah satu ayat dalam UU no.7 tahun 2017 pasal 280 yaitu berkaitan dengan larangan untuk mengancam atau melakukan tindak kekerasan. Gerakan

#2019gantipresiden di sosial media kerap kali dijumpai pada akun-akun di *twitter* untuk mengancam membunuh presiden dengan dibarengi tagar 2019 ganti presiden. Namun jika ditilik mendalam akun-akun yang berani menuliskan hal-hal sarkas semacam itu adalah akun anonim. Jika dikaitkan dengan data pada penelitian ini yaitu sebanyak 145 dari 347 responden atau 41,8% menyatakan 'setuju' bahwa gerakan #2019gantipresiden menyebarkan berita bohong. Sehingga dapat ditarik pernyataan bahwa postingan yang dibarengi dengan tagar 2019 ganti presiden di media sosial harus ditelusik lebih dalam untuk mengetahui informasi yang disampaikan valid atau tidak.

Evaluasi pada penelitian ini memiliki 3 pertanyaan, skor tertinggi yaitu pertanyaan yang berkaitan dengan gerakan #2019GantiPresiden merupakan kampanye yang bersifat apa. Dari 347 responden, 170 atau 49% menyatakan gerakan #2019gantipresiden adalah mengganggu. Ini dapat dicermati yaitu gerakan #2019gantipresiden yang viral menjadikan linimasa dipenuhi dengan konten #2019gantipresiden sehingga responden atau mahasiswa di Surabaya sebagai pengguna aktif media sosial karena konten-konten yang terkait preferensi mereka tidak muncul di linimasa dikarenakan terhalang oleh konten #2019gantipresiden. Sedangkan pada pertanyaan yang berkaitan dengan gerakan #2019gantipresiden mempengaruhi pilihan responden pada pilpres 2019 sebanyak 155 dari 347 atau 44,7% menyatakan 'tidak setuju' hal ini menunjukkan gerakan #2019gantipresiden di media sosial oleh mahasiswa di Surabaya untuk memilih presiden tidak harus mendapatkan informasi melalui gerakan #2019gantipresiden.

Dewi Kartika (2015:115) menyatakan bahwa gerakan sosial baru yang terjadi di ruang publik virtual, menekankan empat isu penting: 1) adanya unsur jaringan yang kuat tetapi interaksinya bersifat informal atau tidak terstruktur, (2) adanya sharing keyakinan dan solidaritas di antara pengguna, (3) ada aksi bersama dengan membawa isu yang bersifat konfliktual, (4) aksi tuntutan itu bersifat kontinyu tetapi tidak terinstitusi dan mengikuti prosedur rutin seperti dikenal dalam organisasi. Seperti halnya gerakan #2019gantipresiden di media sosial yang tidak terstruktur dan bersifat informal. Gerakan #2019gantipresiden memiliki jaringan kuat yaitu para oposisi serta kelompok seperti organisasi masyarakat. Ormas yang cenderung menjadi garda terdepan dalam gerakan #2019gantipresiden adalah Front Pembela Islam karena FPI cenderung lebih frontal dan sarkas dalam menanggapi dan menggerakkan masa baik di media sosial maupun di dunia nyata sehingga pergerakannya yang paling ketara dibanding yang lain. Persepsi mahasiswa di Surabaya terhadap pernyataan yang berkaitan dengan hal

bahwa gerakan #2019gantipresiden merupakan gerakan masif dan terencana oleh para elit menyatakan sebanyak 192 dari 347 atau 55,3% menyatakan 'setuju' terhadap pernyataan tersebut.

Pernyataan Dewi Kartika yang kedua terkait gerakan sosial baru yang terjadi di ruang publik virtual yaitu adanya *sharing* keyakinan dan solidaritas di antara pengguna. Penggerak gerakan #2019gantipresiden memiliki kecenderungan yang sama yaitu menginginkan pergantian presiden pada tahun 2019. Inisiator serta penggerak memiliki tujuan yang dinilai akan menguntungkan pribadi atau kelompok apabila presiden diganti pada tahun 2019. Pada beberapa kesempatan di media sosial *twitter* yang memiliki fitur *trending topic* gerakan #2019gantipresiden memasuki ruang-ruang yang bukan ranah dalam berdemokrasi. Dengan cuitan yang berisi penggunaan #2019gantipresiden pada postingan mereka akan meningkatkan elektabilitas gerakan #2019gantipresiden sendiri. Solidaritas dimiliki penggerak jika ada yang menanggapi negatif terkait tagar '2019 ganti presiden' mereka akan menolong kelompoknya untuk adu statement. Hal inilah yang akan menciptakan *sharing* di ruang publik terkait proses berdemokrasi secara virtual.

Poin ketiga dan keempat pernyataan Dewi Kartika terkait gerakan sosial baru yang terjadi di ruang publik virtual yaitu adanya *sharing* keyakinan dan solidaritas di antara pengguna yang ada aksi bersama dengan membawa isu yang bersifat konfliktual, serta yang keempat aksi tuntutan itu bersifat kontinyu tetapi tidak terinstitusikan dan mengikuti prosedur rutin seperti dikenal dalam organisasi. Seperti halnya pernyataan kedua, gerakan #2019gantipresiden didalamnya terdapat proses adu statement dalam ruang publik virtual mengangkat isu yang bersifat konfliktual. Aksi tuntutan dalam gerakan #2019gantipresiden beragam bentuk, karena tidak terinstitusikan tidak jarang ditemui ketidaksesuaian aksi satu dan lainnya karena minimnya monitoring.

Persepsi dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal (Mulyana:2008), diantaranya agama, ideologi, tingkat intelektualitas, tingkat ekonomi, pekerjaan, dan cita rasa. Mahasiswa di Surabaya sebagai responden dalam penelitian ini bersifat homogen, memiliki agama, ideology, tingkat intelektualitas, tingkat ekonomi, serta cita rasa yang berbeda tetapi cenderung memiliki status yang sama yakni sebagai mahasiswa. Sebagai mahasiswa yang tidak dapat menutup mata terhadap fenomena yang ada di masyarakat, gerakan #2019gantipresiden tidak lepas dari pengamatan mahasiswa. Dalam penelitian ini, dibatasi antara oposan dan pro pemerintah. Faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa di Surabaya paling utama adalah kecenderungan yang diikuti dalam media sosial. Mahasiswa yang linimasa dipenuhi oleh postingan

oposan memiliki kecenderungan setuju dengan gerakan #2019gantipresiden sedangkan mahasiswa yang linimasanya dipenuhi oleh postingan pro pemerintah memiliki kecenderungan tidak setuju terhadap gerakan #2019gantipresiden. Hal ini dapat diketahui bahwa persepsi diikat oleh budaya.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang kemudian dihitung dan dipersentasikam maka diperoleh kesimpulan bahwa 216 dari 347 atau 62,25% responden memiliki persepsi negatif terhadap gerakan #2019gantipresiden hal ini menunjukkan bahwa gerakan #2019gantipresiden dikarenakan memuat isi yang menyalahi UU no. 7 tahun 2017 pasal 280 tentang larangan dalam berkampanye. Lebih dari itu gerakan #2019gantipresiden memuat konten kampanye hitam. Sedangkan 8 dari 347 atau 2,3% memiliki persepsi positif terhadap gerakan #2019gantipresiden yang menunjukkan bahwa mahasiswa di Surabaya memandang gerakan #2019gantipresiden adalah bentuk kampanye yang positif dan kreatif dengan memanfaatkan media sosial dan sisanya 123 dari 347 responden masuk dalam kategori 'netral' atau 35,45%. Nilai tertinggi responden pada penelitian ini yakni 82 sedangkan nilai terendah 24, rata-rata mencapai 45,4 atau kategori 'negatif'. Meskipun responden cenderung memiliki persepsi negatif terhadap gerakan virtual ini, namun pada aspek pengetahuan responden cukup mengetahui terhadap gerakan ini dengan data sebesar 61,96% responden masuk dalam kategori 'cukup mengetahui' terhadap gerakan #2019gantipresiden.

Pada indikator sikap, responden cenderung memiliki persepsi negatif terhadap gerakan berbasis virtual ini yakni mencapai 95,39%, sedangkan pada indikator interpretasi mencapai 57,93% responden memiliki persepsi netral serta pada indikator evaluasi 60,52% responden memiliki persepsi negatif terhadap gerakan #2019gantipresiden. Hal ini menunjukkan bahwa gerakan virtual ini secara pemikiran tidak menolak dengan didukung data dari aspek interpretasi serta pengetahuan namun dari segi aksi responden tidak ikut serta berkontribusi atau tidak mau turut serta pernyataan ini didukung dari data dari aspek sikap dan evaluasi.

Saran

Pertama, Mahasiswa di Surabaya sebagai *agent of changes* diharapkan mampu membaca fenomena masyarakat secara ilmiah dan rasional serta tidak memberikan pernyataan tanpa landasan berpikir yang jelas dalam menanggapi suatu fenomena baik di dunia nyata maupun di media sosial.

Kedua, bagi Masyarakat yang notabene sebagai pemegang kekuasaan tertinggi diharapkan dapat menyuarakan aspirasinya sesuai dengan ruang tanpa menyalahi aturan yang telah diatur Negara.

Ketiga, bagi pemerintah yang berperan sebagai pembuat kebijakan harus dapat memberikan wadah dan ruang yang lebih untuk meningkatkan proses berdemokrasi, lebih dari itu pemerintah harus dapat menjadi penengah antara satu kelompok dengan kelompok yang lain yang mengancam perpecahan bangsa.

<https://robit.id/melihat-perilaku-pengguna-internet-di-indonesia/penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-2016-berdasarkan-pekerjaan/> diakses online pada 29 Januari 23:40 WIB

<https://news.detik.com/berita/4187433/mahasiswa-umj-lantangkan-ganti-presiden-ini-respons-sandiaga> diakses online pada 30 Januari 2019 pukul 00:10 WIB

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, i. 2016. Demokrasi Dan Gerakan Sosial (Bagaimana Gerakan Mahasiswa Terhadap Dinamika Perubahan Sosial). *Jurnal Wacana Politik - ISSN 2502 – 9185*.

Alwajih, A. 2014. Dilema E-Democracy di Indonesia : Menganalisis Relasi Internet, Negara, dan Masyarakat. *Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X* , 142.

Aw, S. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: PT. Graha Ilmu.

Bell, David. 2001. *Introduction of Cyberculture*. London: Routledge.

Alwajih, A. 2014. Dilema E-Democracy di Indonesia : Menganalisis Relasi Internet, Negara, dan Masyarakat. *Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X* , 142.

Aw, S. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: PT. Graha Ilmu.

Fahmi, K. 2016. *Pemilihan Umum dalam Transisi Demokrasi*. Depok: Rajawali Pers.

Khairani, M. 2013. *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Presindo.

Mulyana, D. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nelsa, S. 2018. *Pro Kontra Gerakan Tagar #2019GantiPresiden Sebagai Sarana Kampanye dalam Pemilu. ISSN (Online) 2614-3569*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Nuswantoro, A. R. 2015. Politik Internet Indonesia: Ide Bebas Terhadap Perkembangan Politik, Ekonomi, dan Demokrasi. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*.

Ritzer, G. 2001. *Sosiologi Ilmu Berparadigma Ganda*. Jakarta: PT Rajawali Press.

Sarwono, Sarlito Wirawan. 2015. *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sukmana, O. 2016. *Konsep dan Teori Gerakan Sosial*. Malang: Intrans Publishing.

Surbakti, R. 2010. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo.

